

# Модель создания корпоративного имиджа по Б. Джи и ее применение в российских условиях

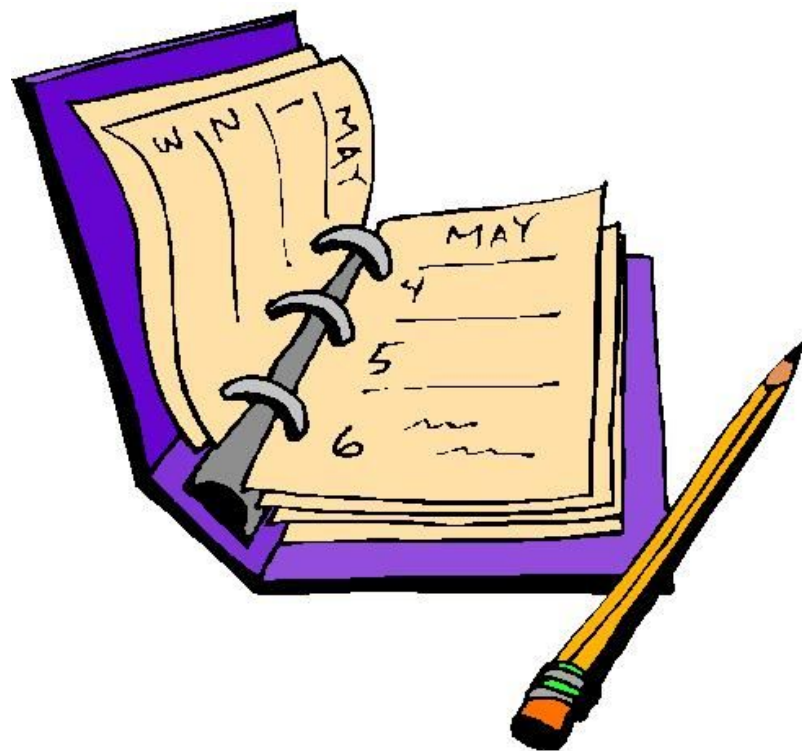
**Выполнила:**  
**Давыдова Лена, 401 группа**  
**Руководитель:**  
**Быстрова Т.Ю.**

# Основные этапы

1. Определение цели формирования к.и.;
2. Определение целевой аудитории;
3. Разработка концепции к.и.;
4. Оценка возможностей фирмы для формирования заявленного к.и.;
5. Формирование, внедрение и закрепление к.и. в сознании потребителя;
6. Оценка состояния к.и., контроль за реализацией программы.

# Мастер-план

- 1. создание фундамента
- 2. внешний имидж
- 3. внутренний имидж
- 4.сопутствующий  
ИМИДЖ



# Фундамент имиджа

1. Принципы.
2. Положение о цели создания компании.
3. Корпоративная философия.
4. Долгосрочные цели компании.
5. Стандарты.

**БЛАГОПРИЯТНЫЙ К.  
И.???** -

**Все** элементы мастер –  
плана должны  
функционировать **едино**.

Результаты мастер–плана  
показывают ситуацию,  
сложившуюся в организации.



# Задачи

1. Достижение высокого уровня компетенции и эффективная работа с покупателем.



# Задачи

2. Поддержание имиджа успешной компании, который заставляет покупателя поверить в нее.



# Задачи

3. Установление  
эмоциональной связи с  
покупателем и обществом.







Цель эффективного  
имиджа – утвердить себя и  
свой товар на определенном  
сегменте рынка.



1. Образ руководителя
2. Оценка на каждом этапе
3. Не занижать роль рекламы

# ИСТОЧНИКИ

- Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение
- Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов. Связи с общественностью
- [www.taby27.ru](http://www.taby27.ru)

**Спасибо  
за внимание!**

